

I. ROZPRAWY I ANALIZY

DOI: 10.17951/et.2025.37.253

Agnieszka Kijak-Mantas

Uniwersytet w Siedlcach, Polska

ORCID: 0000-0002-4547-3798

e-mail: agnieszka.kijak-mantas@uws.edu.pl

Komizm, jego formy i funkcje w „psich wypowiedziach” na Instagramie

Forms and Functions of Humour in “Dog Texts” on Instagram

Abstract: Humour has many functions, depending on its form and channel of communication; for example, it often allows you to gain sympathy and cope with difficult moments. As a result of technological development, communication follows new patterns, which also affects humorous messages on online platforms, including Instagram. This research focuses on Insta Reels created on selected Instagram profiles that present content in the form of statements attributed to dogs. They are produced thanks to the functions of social networking sites. By looking at the linguistic means involved, including rhetorical strategies, this study aims to verify the assumption that the content is comic in nature. Also, an attempt is made to discover functions of Insta Reels other than ludic and entertaining.

Keywords: humour; joke; virtual society; dog; Instagram

Pojęcia związane z komizmem

Śmiech jest istotnym elementem w życiu każdego człowieka. Dostrzegli to już starożytni filozofowie. Platon upatrywał przyczyny śmiechu w ludzkich wadach i słabościach. Podobnie uważał Arystoteles, który podkreślał, że jest to coś, co odróżnia człowieka od zwierząt. On i inni filozofowie zastanawiali się nad odmiennymi przyczynami go wywołującymi, takimi jak czysta radość czy kpina. Według poglądów niektórych filozofów śmiech to tylko reakcja fizjologiczna. Tak twierdził m.in. Kartezjusz. Również Immanuel

Kant łączył śmiech z fizjologiczną reakcją organizmu. Artur Schopenhauer wyróżnił dowcip i głupotę. Ten pierwszy według niego polega na świadomej identyfikacji dwóch lub więcej różnych przedmiotów rzeczywistych z jednym pojęciem, natomiast głupota (absurd) powstaje przez zastosowanie jednego pojęcia do szeregu fundamentalnie różnych przedmiotów, co w zderzeniu z rzeczywistością okazuje się absurdem (Chłopicki 1995: 7–11).

Inny filozof, Thomas Hobbes, uważał, że śmiech to wyraz indywidualnego poczucia wyższości (Geier 2006: 112). Podobnego zdania był Henri Bergson, który przede wszystkim zaznaczył, że śmiech jest właściwością przypisywaną jedynie ludziom (Chłopicki 1995: 11–12). „Komizm rodzi się wówczas, kiedy ludzie połączeni w grupę skierują swoją uwagę na jednego spośród siebie, nakazując milczenie swej wrażliwości i powodując się samym intelektem” (Bergson 2000: 14). Śmiech traktuje się więc w tym wypadku jako zjawisko społeczne.

Teorie śmiechu można pogrupować, jak to uczyniła Joanna Mędrzak, w trzy kategorie: 1) teorię wyższości, gdy wyśmiewamy się z innych ludzi: śmiech przepełniony pychą i agresją skierowaną przeciwko tym, których braki i niedociągnięcia wydają się śmieszne; 2) teorię rozbieżności, gdy śmiejemy się z nedorzecznosci; oraz 3) teorię odprężenia, gdy znika nerwowe napięcie: śmiech to odpływ nagle uwolnionej nerwowej energii (Geier 2006: 162–163, cyt. za Mędrzak 2011: 16–17).

Powyższe teorie związane są z funkcjami, jakie pełni komizm. Podstawową jest funkcja ludyczna, mająca na celu bawić odbiorcę komunikatu (Szagun 2021: 259). Zabawa to, według Johana Huizingi, „swobodne zachowanie, pozostające poza zwykłym życiem, podejmowane bezinteresownie i bez motywacji materialnych, w obrębie wydzielonego sztucznego czasu i przestrzeni, przebiegające zgodnie z przyjętymi regułami i powołujące do życia własne związki społeczne i grupy” (Huizinga 1985: 162–163). To też rodzaj kontaktów między ludźmi i przejaw ich potrzeby wspólnego przeżywania i działania, wyrażającego wiele przeciwieństw, wolne działanie ludzi równych (Golka 2006: 3–4). Zabawa odzwierciedla cechy życia społecznego danego społeczeństwa (Sułkowski 1984: 51). Śmiech z kolei jest wyrazem przyjemności, sposobem uwolnienia się od ograniczeń i presji. Komizm stanowi rodzaj więzi społecznej, która rodzi wspólnotę, a potrzeba komizmu jest powszechna każdej ludzkiej zbiorowości (Dziemidok 2011: 179). Śmiech tworzy wspólnotę określoną przez Kazimierza Żygulskiego jako wspólnota śmiechu (Żygulski 1985: 19–35). Jak zauważa Garczyński, komizm ma więc funkcje ludyczne i praktyczne. Sprawia przyjemność, poprawia samopoczucie, wywołuje wesołość, zjednuje sympatię, wzmacnia więź wspólnoty, a także pełni funkcje obronne i korygujące. Pełni jednak także funkcję zdrowotną, taktyczną,

jednoczącą (integrującą), bojową, pokojową, pedagogiczną i dydaktyczną (Garczyński 1989: 53–63; Dziemidok 2011: 141–161).

Funkcja rozrywkowa i terapeutyczna tekstowych form komicznych realizowała się już w społeczeństwach pierwotnych (ta druga m.in. przez wyładowanie wrogich uczuć przez jednostkę). Drwiny i agresywne formy komizmu dają poczucie wyższości, zaś kpiny i szyderstwa wyrażone w atmosferze ogólnej wesołości są o wiele mniej przykre i niebezpieczne (Dziemidok 2011: 171, 173). Z tego powodu komizm chętnie wykorzystuje się jako środek krytyki społecznej (por. Szagun 2021: 256; Nowak 2013: 229; Niekrewicz 2015: 236–237), a także walki politycznej i ideologicznej (Dziemidok 2011: 184). Komizm w polityce osłabia napięcia, służy integracji lub ośmieszeniu¹. Plusem wykorzystania komizmu w polityce jest to, że szybko ulega dezaktualizacji (Żygulski 1985: 151–157, 183). W psychologii komizm i śmiech dotyczą radości, która jest jedną z emocji podstawowych wyróżnionych i określonych tak przez Paula Ekmana (Łosiak 2015: 320). Wiąże się z nią objawy, takie jak uśmiech oraz śmiech, które odgrywają ważną rolę w nawiązaniu i pogłębieniu kontaktu społecznego. Humor zależy też od poruszanej problematyki oraz bliskości realiów życia i problemom odbiorcy (Barral Temes 2023: 9). Przyczynia się do podtrzymania istniejącej współpracy i podjęcia wspólnego działania (Mędrzak 2011: 35).

Powyższy wywód pokazuje, że komizm to pojęcie trudne do zdefiniowania, co zauważono już przy okazji innych publikacji (Ratajczyk, Pirożak-Dziuk 2021: 226). Również w ich przypadku nie jest istotą jego definicja, lecz zaznaczenie najważniejszych cech. Komizm często kojarzony jest z używanym wymiennie pojęciem humoru, oznaczającym pierwotnie usposobienie człowieka. Zdaniem niektórych badaczy jest on uniwersalny, ponieważ występuje we wszystkich kulturach (Ford, Chłopicki, Kuipers 2024: 1). Według Jana Trzynadlowskiego to „określenie przedmiotowe, ale odnoszące się do odczuwającego podmiotu, przeniesione zostało, naturalnie częściowo, na zjawiska zewnętrzne” (Trzynadlowski 1990: 81). Obecnie humorem nazywa się subiektywny sposób reagowania na treści komiczne. Komizm wypływa z rzeczy, humor zaś z człowieka (tamże: 81–82). Badania nad podejściem ludzi do humoru prowadzone przez Roda Martina i jego współpracowników pozwoliły na sformułowanie teorii humoru, zgodnie z którą można wyróżnić cztery style wykorzystania humoru: humor afiliatywny, humor wzmacniający „Ja”, humor agresywny oraz humor poniżający „Ja”, określony jako destruktywny, ponieważ osoba przejawiająca taki typ humoru stara się kosztem

¹ Stąd być może tak duża popularność polskiego kabaretu w okresie PRL-u (Dziemidok 2011: 171).

samej siebie wzmocnić relacje z innymi, zdobyć akceptację otoczenia i jego przychyłność (Martin 2004: 313–326).

Badacze używają też terminu *dowcip językowy*, który przyjęła w swoich pracach Danuta Buttler (2001). Badaczka zwróciła uwagę na to, że wcześniej w polskich opracowaniach pisano albo o komizmie (Bystron 1960) albo o humorze (Skorupka 1949). W związku z tym zaproponowała nazwę *dowcip*, która obejmuje swym zakresem wszelkie kompozycje wyrazowe, będące rezultatem świadomej twórczości i obliczone na wywołanie efektów komicznych (Buttler 2001: 58).

Dowcip jest więc taką konstrukcją intelektualną, która zmusza odbiorcę do operacji myślowych w określonej kolejności (tamże: 35). Wiąże się to ze spostrzeżeniami badaczy komizmu na temat percepcji zjawisk śmiesznych. Danuta Buttler podzieliła je na dwie koncepcje:

1. Koncepcję zawiedzionego oczekiwania. Zgodnie z tym stanowiskiem pierwszy etap charakteryzuje wydanie pewnego sądu o przedmiocie na podstawie określonych właściwości. Etap drugi to dostrzeżenie własnego błędu. Etap trzeci zaś charakteryzuje się utratą zainteresowania komicznym przedmiotem, co skutkuje nagłym spadkiem napięcia psychicznego i uczuciem odprężenia.
2. Koncepcję komicznego szoku, w której również można wyróżnić trzy fazy. Pierwsza to zaskoczenie i dezorientacja z powodu nowości, niezwykłości czy dziwaczności przedmiotu. Drugi etap to zrozumienie mechanizmu dziwacznych zjawisk i wykrycie ich naturalnej motywacji. Trzecia faza to radość komiczna (tamże: 25–26).

Obie te teorie charakteryzuje jednostronne zainteresowanie odbiorcy (tamże: 26).

Paweł Ochwat (2015: 37–38), który badał zjawisko humoru wyliczył rozmaite formy, jakie może przybierać komizm². Niektóre z nich odnoszą się jednocześnie do wielu sposobów komunikacji, np.: wyolbrzymianie (w tym karykaturowanie wyolbrzymiające i karykaturowanie pomniejszające), pomniejszanie, parodiowanie, naruszanie kolejności zjawisk w zasadzie nieodwracalnych, dowcip, żart. Inne to przykłady komizmu językowego, takie jak: ironia³, sarkazm, szyderstwo, zagadka (w tym zagadka oparta na grze słów), zabawna uwaga dotycząca konkretnej osoby lub rzeczy, gag, anegdota, gra słów, humorystyczny komentarz, zabawna pomyłka lub błąd logiczny, przejęzyczenie.

² Oparł się w tym względzie m.in. na rozważaniach Bohdana Dziemidoka (2011: 65–154).

³ O ironii jako o jednym z elementarnych środków humoru językowego pisał m.in. Salvatore Attardo (2008: 122).

Dowcip można więc też rozumieć gatunkowo, czyli jako żart, kawał, czyli gatunek komiczny charakteryzujący się krótkością, dialogowością, stałą formą i zaskakującą puentą (Szagun 2021: 258).

Przywołane wyżej teorie pokazują, że podczas badań nad komizmem należy uwzględnić jego różnorodne formy stworzone przez wykorzystanie rozmaitych środków. Analiza wymaga także zwrócenia uwagi na cel i funkcje wypowiedzi komicznych. Samą zaś treść należy rozpatrywać ze świadomością, że jest efektem złożonych operacji myślowych.

Komizm w Internecie

Komizm występuje pod różnymi postaciami także w nowych mediach. Część treści humorystycznych powstaje w sposób tradycyjny, a jest przekazywana za pomocą nowoczesnych technologii komunikacyjnych (Ochwat 2021: 41). Jednak Internet i urządzenia mobilne pozwalają także na zapisywanie treści i ich przetwarzanie oraz tworzenie nowej jakości wytworów komicznych (Weitz 2017: 509; Hajduk-Nijakowska 2012: 12; Ochwat 2021: 42). W sieci można znaleźć specjalne strony zawierające wyłącznie materiały o charakterze humorystycznym. Tego typu treści są też zamieszczane na blogach oraz forach internetowych, a także przesyłane w formie tekstowej, zdjęciowej, filmowej czy animacji (Ochwat 2021: 43). Popularne miejsca ich prezentowania stanowią także portale społecznościowe.

Jednym z najbardziej popularnych mediów społecznościowych jest Instagram. Jego specyfika umożliwia użytkownikom dostęp do generowanych przez inne osoby treści o charakterze dla nich bardziej wartościowym niż w przypadku mediów tradycyjnych. Mogą z nich korzystać w każdym miejscu o każdej porze (Chobot 2018: 48). O Instagramie mówi się także, że jest to narzędzie, dzięki któremu użytkownicy są w stanie spojrzeć na świat oczami innych użytkowników (Czarnota 2017: 135). Jego misja dostrzegalna jest w takich funkcjach, jak możliwość wysyłania wiadomości nie tylko prywatnych, ale wymienianych także w grupach towarzyskich, w których przedstawia się różne sprawy z własnego punktu widzenia. Jedną z nowych możliwości Instagrama jest tworzenie Insta Reels, po polsku zwanych rolkami. Reels to funkcja Instagrama przypominająca rozwiązanie z Tik Toka, która umożliwia użytkownikom nagranie od 3 do 60 sekund materiału wideo w pionowym formacie. To kolejne narzędzie, które służy wymianie informacji. Zachętą do tworzenia takich rolek są lajki i komentarze innych internautów (Ochwat 2021: 44). Stanowią one przejaw aktywności innych użytkowników Instagrama tworzących z nimi relacje, czyli tzw. social moves

(West, Trester 2013: 134), skutkujących powstaniem wirtualnej społeczności, do powstania której oprócz ludzi konieczne są: wspólny cel, zasady oraz technologie wspomagające interakcje (Preece 2000: 10).

Dowcipy internetowe różnią się jednak od tych, które opowiada się w rzeczywistości realnej. Opierają się one na grze słów i dialogach, ale często efekt komiczny wzbogacany jest scenkami filmowymi (Hajduk-Nijakowska 2010: 201–214).

Cel i metody badawcze

Instagram to portal służący do promowania własnego wizerunku związanego z talentem lub hobby (Chobot 2019: 59). Również społeczności wirtualne, które tworzą się za jego pośrednictwem, związane są ze wspólnymi zainteresowaniami (Szpunar 2004: 108). Mogą nimi być psy i wszelkie wykonywane z nimi aktywności. Popularność czworonogów wiąże się ze zmianą statusu psa, którego coraz częściej traktuje się jako przyjaciela lub członka rodziny (Oronowicz-Kida 2022). Portal społecznościowy nie służy jednak tylko przedstawianiu tego hobby, jak opisano już wcześniej (Kijak-Mantas 2024), lecz to hobby jest poniekąd wykorzystywane do realizacji innej funkcji Instagrama, a mianowicie ukazywania własnych poglądów. Ponieważ nie zawsze są one pozytywne i miłe dla otoczenia, bywają łagodzone przez elementy komizmu.

Zainteresowaniem badawczym objęto grupę kont na Instagramie zawierające materiały w postaci Insta Reels (na których prezentowane są psy) i treści o różnorodnej tematyce. Wykluczono te odnoszące się do samych zwierząt, a skoncentrowano się na takich, w których psy są jedynie narzędziem do przedstawienia poglądów rzeczywistych użytkowników profili⁴. Cel stanowiło językoznawcze omówienie zarówno treści, jak i przede wszystkim specyficznej formy komicznej, prezentowanych na wybranych profilach poświęconych psom. Charakterystyki formy komicznej dokonano w oparciu o prace Danuty Buttler (2001), Bohdana Dziemidoka (2011), a także Edwarda Stachurskiego (2011). Podjęto się także próby ustalenia, jakie funkcje (czy tylko ludyczną?) pełnią elementy komizmu publikowane na badanym portalu.

⁴ Profil, jak zauważa Krzysztof Ozga, to „pewien wizerunek twarzy [...]”. Komunikację wirtualną uznaje się czasem za komunikację bez twarzy, ponieważ uczestniczące w niej osoby nie widzą się i nie słyszą” (Bundsgaard 2012: 56). Niektórzy socjolodzy twierdzą, że coś takiego, jak komunikacja bez twarzy nie istnieje, bo każdy w ramach interakcji ujawnia jakiś swój wizerunek Goffman 1955: 213; West, Trester 2013: 133. Być może ukrycie się za obrazem psa ma to ograniczyć.

W analizowanym materiale wyodrębniono rolki zawierające wypowiedzi o charakterze humorystycznym. Podzielono je pod względem tematycznym. Ze względu na lingwistyczny charakter prowadzonych badań w analizie skoncentrowano się przede wszystkim na środkach językowych, w tym retorycznych. Zapisu wypowiedzi dokonano na podstawie nagrań na Instagramie lub transkrypcji – jeśli taka była – występującej na rolkach. W nawiasach okrągłych dodano komentarz odautorski na temat wykorzystanych środków językowych, w tym retorycznych.

Formy komizmu i wykorzystane w nich środki językowe

W toku badań przeanalizowano 10 instagramowych kont (aussie.lilo; bella.brego; beza.golden; molly.bowie.aussies; oliwkowepsy; labidakar; leon.zawodowiec; golden, parker.aussiedog; w.kokosowym.swiecie; yoginkowe przygody), a na nich łącznie około 1000 rolek. Zebrany materiał podzielono pod względem zagadnień tematycznych. Na tej podstawie wyróżniono rolki poświęcone relacjom międzyludzkim, jedzeniu oraz polityce. Dodano oddzielną kategorię określoną jako komentarze na temat dni tygodnia, świąt oraz upływu czasu. Elementem wspólnym dla badanych rolek jest antropomorficzne wyobrażenie / koncepcja psów jako umiejących mówić. W filmiku występuje pies, któremu poprzez aplikację lub komputerowo podkładany jest ludzki głos⁵. Rolki zwykle dodatkowo zawierają też transkrypcję wypowiedzi umożliwiającą ich oglądanie z wyłączonym dźwiękiem, np. w miejscach publicznych.

Relacje międzyludzkie

Jednym z częściej poruszanych tematów w badanych rolkach są relacje międzyludzkie, w tym damsko-męskie. Wiele przykładów zawiera konto leon.zawodowiec.golden, na którym utworzono cykl „Poradnia małżeńska Leona”. Na jednej z rolek nagrano wypowiedź skierowaną do mężów:

[1] *Drogi mężu, pamiętaj!* (apostrofa⁶, tryb rozkazujący)⁷. *W związku małżeńskim należy zawsze iść na kompromis: raz twoja żona ma rację, a raz* (powtórzenie wskazujące na kontrastowe sytuacje) *ty nie masz racji* (leon.zawodowiec.golden).

⁵ Z tego powodu niektóre psy mówią tym samym głosem.

⁶ Środki retoryczne nazywane są za Mirosławem Korolką (1990).

⁷ W nawiasach zapisano komentarze określające wykorzystane w wypowiedziach środki językowe.



Rycina 1. Zrzut ekranu z aplikacji Instagram. Wycinek konta *leon_zawodowiec_golden*. Źródło własne

Na Instagramie dostępnych jest także wiele treści poświęconych nie tylko romantycznym stosunkom z ludźmi. Przykład stanowi wypowiedź:

[2] *Jeżeli nie masz odwagi komuś powiedzieć, że jest głupi, proponuję wersję łagodniejszą* (łagodzenie inwektywy). *Mianowicie, powiedz mu* (tryb rozkazujący) *tak: mądrość cię gonila, ale ty zawsze k**** (wulgaryzm) *byłeś szybszy* (parker.aussiedog).

Na jednym z kont tworzona jest seria zatytułowana „Kończ Yogi”, w ramach której publikowane są porady wygłaszane rzekomo przez psa o tym imieniu. Zwierzę radzi m.in.:

[3] *To ja kończ Yogi! Mam dla ciebie kilka życiowych rad. Pierwsza: miej wszystko w dupsku. Druga: a weź zezrzyj sobie coś kalorycznego albo słodkiego – zasługujesz na tę radość. Trzecia:* (wypunktowanie) *ktoś cię wkurzył?* (pytanie retoryczne) *Powiedz mu „gówno i nic!”* (hasło powtarzane na badanym profilu, prawdopodobnie słowo gówno użyte w znaczeniu ‘coś bezwartościowe’ lub ‘zupełnie nic’ WSJP PAN ze słowem „nic” powtarzającym to znaczenie) – *na to nie ma już kontrargumentu* (yoginkowe-przygody).

W przeanalizowanych wypowiedziach zastosowano wiele środków językowych, co potwierdza spostrzeżenie Arystotelesa i Cyserona, którzy stwierdzili, że efekt komiczny powstaje w efekcie zastosowania chwytu retorycznego (Geier 2007: 44–45). W rolkach występują rady, czyli zgodnie z definicją słownikową, ‘to, co ktoś powiedział komuś, co ma robić w danej sytuacji’ (WSJP PAN). Bohaterowie filmików sugerują, jak należy postępować w różnych okolicznościach. W radach stosują tryb rozkazujący, więc w ich wypowiedziach dominuje impresywna funkcja języka (Bühler 2004), zwana też konatywną (Jakobson 1960: 437). W pierwszej roli komizm wynika z szoku poznawczego – struktura składniowa sugeruje treści przeciwstawne, a semantyka tożsame.

W drugim przykładzie komizm oparty jest na koncepcie wyobraźniowym uciekania przed mądrością. Autor trzeciej przytoczonej wypowiedzi zastosował wulgaryzm, który został pominięty w transkrypcji. W tej roli użyto też omówienia w celu złagodzenia inwektywy, co zaleca się domniemanemu odbiorcy. Użyte poważny ton i struktura porady zestawione zostały z ich błahą treścią, a konwencjonalne struktury językowe porady (styl formalny) – z potocyzmami (*zeżryj, wkurzył*) i wulgaryzmami; rozkazniki, pytania retoryczne, apostrofy obecne w tych fragmentach kształtują potoczną warstwę stylistyczną tekstów, chociaż bezpośrednio nie są źródłem komizmu. Komizm zaś oparty jest na nieprzystawalności stylistycznej.

Za jeden z mechanizmów ogólnokomicznych uważa się także powtórzenia (Buttler 2001: 69), które zastosowano w pierwszej wypowiedzi. Wprawdzie powtarza się tam tylko słowo „raz”, jednak jego dwukrotne użycie prawdopodobnie ma na celu wskazanie odmiennych, często przeciwstawnych sytuacji. W tym wypadku jednak okazują się one takie same. Efekt komiczny budzi pokazanie ich z różnych punktów widzenia. W ostatniej zacytowanej roli zastosowano kontrast między nagromadzeniem potocyzmów i wulgaryzmów a formą, która przez wypunktowanie najważniejszych rzeczy sprawia wrażenie naukowej lub urzędowej.

Jedzenie

Jedzenie to również temat poruszany przez właścicieli profili na Instagramie, którzy wyrażają poglądy na jego temat za pośrednictwem swoich psów oraz z wykorzystaniem różnorodnych środków. Przykładami są wypowiedzi:

[1] – *Co rośnie w miarę jedzenia? – Apetyt? – Dupa!* (parker.aussiedog).

[2] *Eh, jedzenie, to najbardziej niesprawiedliwa rzecz na świecie!* (wykrzyknienie, zaskoczenie). ***W gębie trzymasz parę minut, w żołądku parę godzin, a w biodra potrafi pójść na lata*** (gradacja) (w_kokosowym_swiecie).

[3] ***Kłamstwa!*** (wykrzyknienie) *Reklamy to same kłamstwa!* (powtórzenie) *Już drugi tydzień smaruję brzuch Ludwikiem... a tłuszcz nie znika* (zaskoczenie) (leon.zawodowiec.golden).

[4] *Zastanawiałem się dzisiaj, co to jest takiego ta cała kaloria. I wiecie co?* (pytanie retoryczne) *Już wiem! Kaloria to taka mała franca, która siedzi w szafie i zmienia rozmiary twoich ubrań!* (leon.zawodowiec.golden).

Większość cytatów ma postać monologów. Wyjątek stanowi pierwsza wypowiedź, którą sformułowano na kształt dialogu przypominającego żarty⁸.

⁸ Żarty, nazywane są też kawałami. Według Anny Wierzbickiej (1999: 262–265) stanowią jeden z ważniejszych potocznych gatunków mowy funkcjonujących w kulturze polskiej. Zgodnie ze *Słownikiem terminów literackich* jest to gatunek z pogranicza literatury i folkloru, który może być formą towarzyskiej rozrywki (STL 239).



Rycina 2. Zrzut ekranu z aplikacji Instagram. Wycinek konta *parker.aussiedog*.
Źródło własne

W nagraniu podłożono też głos prowadzącego popularny teleturniej Tadeusza Sznuka. I w tym wypadku to nie pies zadaje pytanie, ponieważ w filmiku pojawia się opiekunka psa, która próbuje zgadnąć, co to jest. Właściwą odpowiedź ostatecznie podaje głos prowadzącego program telewizyjny. W drugiej wypowiedzi wykorzystano gradację, czyli stopniowanie czasu trwania od minut przez godziny aż po lata. W następnym przykładzie poza wykrzyknieniem wyrażającym emocje związane z nadzwyczajnym odkryciem, do wprowadzenia efektu komicznego zastosowano wieloznaczność rzeczownika „tłuszcz”, który może oznaczać lepką substancję używaną do przygotowywania potraw i zostającą na naczyniach (WSJP PAN) lub cechę tłuściości przypisywaną komuś grubemu (SEJP).



Rycina 3. Zrzut ekranu z aplikacji Instagram. Wycinek konta *leon_zawodowiec_golden*. Źródło własne

W innej rolce (wypowiedź 4) zamieszczonej na tym samym koncie zastosowano podobny mechanizm, chociaż wypowiedź wzbogacono o pytanie retoryczne, co z kolei spowodowało napięcie, zwłokę w odpowiedzi i w ostateczności większe zaskoczenie stwierdzeniem, które według nomenklatury Stachurskiego można by określić jako „żartobliwy nonsensowny wniosek” (Stachurski 2011: 89). Jak zauważa Dorota Brzozowska, humor w wielu przypadkach wiązany jest z kreatywnością i odchodzeniem od schematów, więc właśnie te nonsensowne, czyli nielogiczne wypowiedzi realizują funkcję ludyczną (Brzozowska 2012: 16 oraz Koestler 1964; De Mey 2005).

Polityka

Kolejnym istotnym tematem prezentowanym przez właścicieli badanych kont na Instagramie jest polityka. Widać to wyraźnie zwłaszcza przy okazji znaczących wydarzeń, takich jak wybory, których dotyczą poniższe wypowiedzi:

[1] *Ale te **Polaki** (błąd fleksyjny, stylizacja) zaszaleli wczoraj! Frekwencja szalona! Mam nadzieję, że na wyborach prezydenckich też was tyle będzie. I... Teraz już mogę oficjalnie ogłosić: będę startować!* (zaskoczenie) [...] (aussie.lilo).

[2] ***Witam wszystkich tutaj zgromadzonych** (styl oficjalny). Postanowiłem wystartować w wyborach **psiezydenckich**, żeby w końcu wprowadzić porządek w pieskim świecie!*

*A tu moje propozycje zmian: +1000 na każdego pieska, zakaz dzielenia **smakulców** na pół, to co jest w psiej misce jest nasze, to co jedzą **człowieki** (błąd fleksyjny, stylizacja), jest wspólne, dodatkowe 200 zł szkodliwego, jeśli mieszkasz z kotem, przynajmniej miesięczne wakacje u babci, której z blatu spada wszystko, zakaz kąpieli po tym, jak wypachnimy się w najlepszym zapachu **coco chambonello** (nawiązanie do nazwy perfum Coco Chanel, odwołanie do wykonywanej często i chętnie przez psy czynności tarzania się w odchodach i przedmiotach o nieprzyjemnym zapachu), no i oczywiście **mizianko** (w zn. 'głaskanie, przytulanie') na żądanie (w_kokosowym_swiecie).*

[3] *Na fali wczorajszego sukcesu chcę **wam** wszystkim pogratulować! Dobra robota! Jednak musimy się zmobilizować w jeszcze jednej ważnej sprawie! Wnoszę o 800+ na każdego pieseczka (oliwkowepsy).*



Rycina 4. Zrzut ekranu z aplikacji Instagram. Wycinek konta *oliwkowepsy*.
Źródło własne

Pierwsza wypowiedź stanowi reakcję na wyniki wyborów, zwłaszcza dotyczące frekwencji. Jest ona pełna wykrzyknień wyrażających pozytywne emocje. Kończy się zaskakującą informacją, że pies też będzie startował w wyborach. Motyw powtarza się na innych rolkach. Pokazuje to drugi

cytat, w którym pies również komunikuje o swoich zamiarach wyborczych. Jest to przykład bardziej rozbudowanej wypowiedzi stylizowanej na język polityki. Po tym komunikacie następuje wyliczenie obietnic wyborczych skoncentrowanych na realizacji psich potrzeb, przynajmniej rzekomych. Wypowiedź została wzbogacona neologizmami, takimi jak: *człowieki*, czy *coco chambonello* stylizowanymi na wyobrażeniowy psi język (Kijak-Mantas 2024).

Ostatnia wypowiedź zawiera innowację frazeologiczną: „na fali wczorajszego sukcesu”. Poza tym występują w niej wykrzyknienia wyrażające emocje. Kończy się wnioskiem o 800+ pojawiającym się również w nagraniach na innych kontach. Przy okazji wyborów parlamentarnych czy samorządowych, a także w okresie niewyborczym, nagrywane są różnego rodzaju materiały zawierające komentarze do rzeczywistości politycznej. Przykładem jest jedna z wielu rolek tego typu zamieszczona na koncie Yoginkowe Przygody:

[4] *Panie marszałku! Wysoka izbo!* (styl oficjalny). *Wiadomo, jestem tu dla pieniędzy. Ogólnie będę kradł, ale mniej niż ci poprzedni i im to się do dup* (wulgaryzm) *dobiorę. Koniec szajsu, jazda na całego! Moje postanowienie: w pizdu* (wulgaryzm) *tę izbę wyburzamy i robimy tu śnieżny park. Każdy kto nakradł na całego i za dużo to nawalamy typa śnieżkami aż szczerze przeprosi Stop dziadom!* (potocyzm) *Jazda i gówno!* (yoginkowe-przygody).

W wypowiedzi pomieszano styl oficjalny typowy dla wypowiedzi publicznych z potocznym, wręcz wulgarnym. Podobnie połączono stereotypowe wypowiedzi na temat polityków, które mogłyby paść z ust wielu ludzi z fragmentami odnoszącymi się do kary wymierzanej rzekomo z punktu widzenia psa, ale równie dobrze z poziomu naiwnego dziecka. Całą wypowiedź kończy często powtarzane hasło psa Yogiego „gówno i jazda” w tym wypadku dla odmiany wygłoszone w odwrotnej kolejności.



Rycina 5. Zrzut ekranu z aplikacji Instagram. Wycinek konta *yoginkowe-przygody*. Źródło własne

Komentarze na temat dni tygodnia, świąt oraz upływu czasu

Komizm może łagodzić nie tylko czyjeś poglądy, lecz także nieprzyjemne sytuacje z codziennego życia. Ze względu na podobny dla większości ludzi układ tygodnia, zgodnie z którym pracuje się od poniedziałku do piątku, a ma wolne w sobotę i niedzielę, ulubionym okresem dla większości jest druga jego część, czyli weekend. Oczekiwanie na czas wolny również zostało przypisane psom i okazane w formie żartobliwych wypowiedzi, takich jak:

- [1] *Nic tak nie psuje piątku, jak świadomość, że jest dopiero środa* (parker.aussiedog).
- [2] *Czy ktoś mi **psiurwa** (przekleństwo stylizowane na język psi) to wyjaśni, dlaczego jeszcze chwilę temu był **piąteczek** (zdrobnienie), a ja nie zdążyłem nawet mrugnąć, a już zaraz na nowo trzeba rozpocząć ten **cyrk zwany nowym tygodniem**?* (metafora) (w_kokosowym swiecie).
- [3] *Zdradzę **wam** (zwrot do adresata) pewien sekret. Niedziela to dzień w mojej rodzinie stworzony idealnie do wielogodzinnych refleksji, prowadzących się do prostego stwierdzenia: ja **psierdolę** (stylizowane przekleństwo), jutro poniedziałek!* (zaskoczenie, wykrzyknienie) (leon_zawodowiec.golden).
- [4] *Matko **psioska** (zam. „Boska”), czy ktoś wyłączy ten poniedziałek?* (pytanie retoryczne) (bella_brego).
- [5] *Jeśli trzeci dzień z rzędu nic ci się nie chce, to znaczy, że jest dopiero środa* (labidakar).
- [6] *Kochani, nadchodzą lepsze dni, nazywają się: piątek, sobota, niedziela!* (wykrzyknienie) **Huhu!** (onomatopeja) (beza.golden).

W wypowiedziach przeplatają się skrajne emocje, w zależności od tego, czy pies żali się, że do piątku jeszcze daleko, czy też cieszy się, dlatego że właśnie zaczyna się weekend. W każdej jednak wykorzystano inne środki, żeby wyrazić te uczucia. Ciekawy przykład stanowi wypowiedź piąta, którą utworzono na kształt implikacji, czyli zdania logicznego. Od pozostałych znacząco różni się szósta, która – w przeciwieństwie do nich – wyraża radość. Element komiczny wprowadzają również leksemy z komponentem *psi-* użyte także w innych funkcjach. *Psiurwa* i *psierdolę* miały zapewne za zadanie złagodzenie wulgaryzmu. Przymiotnik *psioska* użyto prawdopodobnie wykorzystując zabawne podobieństwo do brzmienia słowa *boska*. Wszystkie materiały zostały wzbogacone odpowiednio dostosowanym komicznym obrazem przedstawiającym w zależności od dnia tygodnia: smutne i zmęczone lub radosne psy.



Rycina 6. Zrzut ekranu z aplikacji Instagram. Wycinek konta *parker.aussiedog*.
Źródło własne

Porą dnia podobnie nielubianą, jak poniedziałek wśród dni tygodnia, jest poranek, kiedy zwykle trzeba wstać do szkoły, pracy czy innych obowiązków. Niechęć do tego również wykazano w formie komicznej, w tym wypadku posługując się dialogiem między dwoma psami:

[7] – *O której wstałeś?*

– *O 6 rano, kiedy ranny wstaje dworzec* (molly.bowie.aussies).

W tej rozmowie wykorzystano zmodyfikowany fragment „Pieśni porannej”: *Kiedy ranne wstają zorze*, wymieniając jeden element i podstawiając w jego miejsce wyraz rymujący się z nim i podobnie brzmiący.

Wypowiedzi i spostrzeżenia wygłaszane w rolkach przez psy dotyczą także wydarzeń w cyklu całego roku. Jednym ze świąt, które pewnym osobom może sprawiać smutek, są walentynki. Wypowiedzi tworzone na temat Dnia Świętego Walentego mają prawdopodobnie na celu pocieszenie osób, które go nie świętują, np.:

[7] *Walentynki to taki dzień, kiedy kwiaty stoją się droższe niż złoto* (porównanie), *a portfele chudną szybciej niż na jakiejkolwiek diecie* (ożywienie), *restauracje zmieniają się w arenę walki o ostatnie wolne stoliki. PS Info dla singli: przynajmniej czekoladki 15 lutego będą na wyprzedaży* (w.kokosowym.swiecie).

*No dobra, mówcie mi tu **szybciutko** (zdrobienie), kto bardziej cieszy się z Tłustego Czwartku niż z walentynek? [...]* (w.kokosowym.swiecie).

Pierwszą wypowiedź wygłasza pies przystrojony w czerwone okulary, otoczony balonami w tym samym kolorze siedzący na kanapie w serduszkach. Jednak to, co mówi, jest sprzeczne z tym, co widać, bo wskazuje on na wyraźne wady walentynek. Wykorzystany jest więc kontrast między komunikacją werbalną a niewerbalną. W drugim przykładzie zwierzę, chociaż zadaje pytanie retoryczne, to zdradza większe zainteresowanie Tłustym Czwartkiem niż walentynkami, który często jest obchodzony w pobliskim terminie.



Rycina 7. Zrzut ekranu z aplikacji Instagram. Wycinek konta *w.kokosowym.swiecie*. Źródło własne

Wnioski

Przeanalizowane rolki prezentują krótkie i zwięzłe wypowiedzi, co wiąże się ściśle ze specyfiką tej instagramowej funkcji. Większość z nich jednak mimo niedługiego trwania nagrań, jest wypełniana ilością treści trudną do przyswojenia, a tym bardziej zapamiętania. Pomaga w tym transkrypcja i możliwość ponownego odtworzenia. W wypowiedziach wykorzystane są rozmaite środki, takie jak: wykorzystanie wieloznaczności słów, neologizmy czy błędy językowe. Pojawiają się także różnego rodzaju środki retoryczne, zwłaszcza takie jak: apostrofa, pytanie retoryczne, wykrzyknienie czy kontrast.

Komizm stanowi istotny element w życiu człowieka. Analiza zebranego materiału potwierdza, że dotyczy to także funkcjonowania ludzi w Sieci.

Dzięki komizmowi realizowana jest nie tylko funkcja ludyczna, lecz także integrująca społeczność o podobnych poglądach, świadcząca o istnieniu wspólnoty śmiechu, o której pisał Kazimierz Żygulski (1985). Dominująca wydaje się jednak funkcja ekspresywna, dzięki której wspomniane poglądy mogą być wyrażane w humorystycznej formie. Istotna jest również funkcja impresywna występująca zwłaszcza w poradach.

Przeprowadzone badania pokazują nową formę komizmu powstającego przy pomocy narzędzi internetowych. Ze względu na ich jakościowy charakter, trudno o podanie danych statystycznych, jak w przypadku obserwacji Stachurskiego. Z pewnością jednak przy dalszym rozwoju tej formy warto pokusić się o takie uzupełnienie, a także sprawdzenie, jaki procent wśród wszystkich nagrań zawierają te komiczne. Być może okaże się wtedy, że są one dominujące. To jednak badawcza przyszłość, podobnie jak bardziej szczegółowa analiza Insta Reels poświęconych jednej wybranej tematyce, np. polityce, a także sprawdzenie jakiego rodzaju wypowiedzi przypisuje się innym zwierzętom, np. kotom.

Literatura

- Attardo Salvatore, 2008, *A primer for the linguistics of humour*, [w:] *The Primer of Humour Research*, red. Victor Raskin, Berlin, New York: Mouton de Gruyter, s. 101–155.
- Barral Temes Dinara, 2023, *Efekt humorystyczny w dowcipach werbalnych z perspektywy lingwistyki kognitywnej: rozważania teoretyczne i analiza empiryczna*, Szczecin: Wydawnictwo Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego.
- Brzozowska Dorota, 2012, *Logiczne aspekty języka a teksty humorystyczne Rola mechanizmu logicznego w dowcipach*, „Investigationes Linguisticae” 25, s. 15–26.
- Bühler Karl, 2004, *Teoria języka. O językowej funkcji przedstawiania*, Kraków: Universitas.
- Bundsgaard, Jeppe, 2012, *Facing faceless faces: exploring the necessity of new competencies for e-mail and web communication*, [w:] *Literacy practices in late modernity: mastering technological and cultural convergences*, red. Svein Østerud, Barbara Gentikow, Egil G. Skogseth, New York: Hampton Press, s. 55–73.
- Buttler Danuta, 2001, *Polski dowcip językowy*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Bystron Jan Stanisław, 1960, *Komizm*, Wrocław: Zakład Narodowy im. Ossolińskich.
- Chobot Kamila, 2019, *Instagram jako skuteczny instrument komunikacji marketingowej*, „Studenckie Prace Prawnicze, Administratywistyczne i Ekonomiczne” 30, s. 43–59.
- Czarnota Patrycja, 2017, *Wykorzystanie portalu społecznościowego Instagram w działaniach promocyjnych przedsiębiorstw*, „Zeszyty Naukowe Politechniki Częstochowskiej Zarządzanie” 25, s. 130–139.
- De Mey Tim, 2005, *Tales of the unexpected. Incongruity-resolution in humor comprehension, scientific discovery and thought experimentation* “Logic and Logical Philosophy” 14-1 (2005), s. 69–88.

- Dziemidok Bohdan, 2011, *O komizmie. Od Arystotelesa do dzisiaj*, Gdańsk: Słowo/obraz terytoria.
- Ford Thomas E., Chłopicki Władysław, Kuipers Giselinde (red.), 2024, *De Gruyter Handbook of Humor Studies*, Volume 2, De Gruyter Contemporary Social Sciences Handbooks.
- Garczyński Stefan, 1989, *Anatomia komizmu*, Poznań: Krajowa Agencja Wydawnicza.
- Geier Manfred, 2007, *Z czego śmieją się mądrzy ludzie. Mała filozofia humoru*, Warszawa: Tezeusz.
- Goffman Erving, 1955, *On face-work: an analysis of ritual elements in social interaction*, „Psychiatry: Interpersonal and Biological Processes” 18 (3), s. 213–231.
- Golka Marian, 2007, *Czy koniec „człowieka zabawy”?*, „Kultura i Społeczeństwo” t. 51, nr 1, Warszawa, s. 3–26.
- Hajduk-Nijkowska Janina, 2010, *e-folklor. Rola Internetu w powstawaniu zjawisk folklorystycznych*, [w:] *Nowe media i komunikowanie wizualne*, red. Piotr Francuz, Stanisław Jędrzejowski, Lublin: Wydawnictwo KUL, s. 201–214.
- Hajduk-Nijkowska Janina, 2012, *Folklorystyczny nerw Internetu. Wspólnotowa przestrzeń emocji i wyobraźni*, „Kultura Popularna” 3, s. 6–18.
- Huizinga Johan, 1985: *Homo ludens. Zabawa jako źródło kultury*, Warszawa: Czytelnik.
- Jakobson Roman, 1960, *Poetyka w świetle językoznawstwa*, „Pamiętnik Literacki” 51/2, s. 431–473.
- Kijak-Mantas Agnieszka, 2025, *Sposoby kreacji obrazu psa i jego „języka” w mediach społecznościowych (na przykładzie Insta Reels na Instagramie)*, „Język Polski” CV, z. 1, s. 80–92.
- Koestler Arthur, 1964, *The act of creation*, New York: Penguin Books.
- Korolko Mirosław, 1990, *Sztuka retoryki. Przewodnik encyklopedyczny*, Warszawa: Wiedza Powszechna.
- Łosiak Władysław, 2015, *Emocja jako komunikat*, „Poznańskie Studia Slawistyczne” 9, s. 319–331.
- Martin Rod A., 2004, *Sense of humor and physical health: theoretical issues, recent findings, and future directions*, „Humor: International Journal of Humor Research” no. 17(1/2), s. 1–19.
- Mędrzak Joanna, 2011, *Gry językowe w polskich dowcipach. Praca doktorska*. Katowice: Uniwersytet Śląski, https://rebus.us.edu.pl/bitstream/20.500.12128/5293/1/Medrzak_Gry_językowe_w_polski_ch_dowcipach.pdf [data dostępu: 25.05.2024].
- Niekrewicz Agnieszka Anna, 2015, *Od schematyzmu do kreatywności. Język memów internetowych*, Gorzów Wielkopolski: Wydawnictwo Państwowej Wyższej Szkoły Zawodowej im. Jakuba z Paradyża.
- Nowak Jakub, 2013, *Memy internetowe: teksty (cyfrowej) kultury językiem krytyki społecznej*, [w:] *Współczesne media. Język mediów*, red. Iwona Hofman, Danuta Kępa-Figura, Lublin: Wydawnictwo UMCS, s. 227–238.
- Ochwat Paweł, 2015, *Zjawisko humoru nowoczesne technologie komunikacyjne. Analiza źródeł tworzenia i kanałów przekazu treści humorystycznych*, „Kultura. Media. Teologia” 22, s. 33–52.
- Oronowicz-Kida Ewa, 2022, *Zwierzę jak człowiek, czyli antropomorfizacja psów w zoonimach i chrematonimach*, „Prace Językoznawcze” 24, z. 2, s. 35–46.
- Ozga Krzysztof, 2021, *O nienaukowym umiłowaniu języka: czyli o treściach integrujących społeczność wirtualną „The Language Nerds”*, „Półrocznik Językoznawczy Tertium” t. 6, nr 2, s. 69–110.

- Preece Jenny, 2000, *Online communities: designing usability, supporting sociability*, New York: John Wiley.
- Ratajczyk Krystyna, Pirożak-Dziuk Irina, 2021, *Kreatywność językowa jako źródło komizmu (z języka przewodników turystycznych)*, „Linguodidactica” 25, s. 225–237.
- Rawski Tomasz, 2016, *Śmiech a władza. Przegląd społecznych funkcji komizmu*, „Studia Politologiczne” 41, s. 240–258.
- SEJP: Brückner Aleksander, *Słownik etymologiczny języka polskiego*, https://pl.wikisource.org/wiki/S%C5%82ownik_etymologiczny_j%C4%99zyka_polskiego [data dostępu: 23.06.2024].
- Skorupka Stanisław, 1949, *Elementy formalne humoru w języku*, „Poradnik Językowy” 6, s. 21–26.
- Stachurski Edward, 2011, *Dowcipy językowe z dawnych czasów. Od powstania styczniowego do II wojny światowej*, Kraków: Universitas.
- STL: Michał Głowiński, Teresa Kostkiewiczowa, Aleksandra Okopień-Sławińska, Janusz Sławiński, *Słownik terminów literackich*, red. Janusz Sławiński, Wrocław 1998: Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego.
- Sułkowski Bogusław, 1984, *Zabawa. Studium socjologiczne*, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- Szagan Dorota, 2021, *Funkcje form komicznych (memów internetowych i dowcipów) związanych z pandemią COVID-19*, „Poznańskie Studia Polonistyczne. Seria Językoznawcza” t. 28 (48), nr 1, s. 255–270.
- Szpunar Magdalena, 2004, *Społeczności wirtualne jako nowy typ społeczności: eksplikacja socjologiczna*, „Studia Socjologiczne” nr 2 (173), s. 95v135.
- Trzynadłowski Jan, 1990, *Komizm: kategoria i wyznacznik gatunkowy*, „Zagadnienia Rodzajów Literackich” t. 33, nr 2 (66), s. 79–93.
- Weitz Eric, 2017, *Online and Internet Humor*, [w:] *The Routledge Handbook of Language and Humor*, red. Salvatore Attardo, London, New York: Routledge, s. 504–518.
- West Laura, Trester Anna Marie, 2013, *Facework on Facebook. Conversations on social media*, [w:] *Discourse 2.0 Language and new media*, red. Deborah Tannen, Anna Marie Trester, Washington, DC: Georgetown University Press, s. 133–154.
- Wierzbicka Anna 1999, *Język – umysł – kultura*, red. Jerzy Bartmiński, Warszawa: Wydawnictwo Naukowe PWN.
- WSJP PAN: Wielki Słownik Języka Polskiego PAN, red. Piotr Żmigrodzki, <https://wsjp.pl/>.
- Żygulski Kazimierz, 1985, *Wspólnota śmiechu. Studium socjologiczne komizmu*, Warszawa: Państwowy Instytut Wydawniczy.

Streszczenie: Komizm to coś, co towarzyszy człowiekowi w różnych sytuacjach. Humor często pozwala na wzbudzenie sympatii i radzenie sobie w trudnych momentach. Za jego pośrednictwem realizowane są też różne cele, zależne m.in. od jego formy i środka komunikacji. Ludzkie przekazy i wytwory są rejestrowane w nowy sposób dzięki nowoczesnym technologiom. Tak się dzieje również z przekazami komicznymi, które występują na wielu platformach internetowych, m.in. na Instagramie.

Obszar badań autorki stanowią Insta Reels tworzone na wybranych profilach Instagrama i prezentujące treści w postaci wypowiedzi przypisanych psom. Analizie poddano tę postać powstałą dzięki funkcjom portali społecznościowych. Badania miały na celu przede wszystkim sprawdzenie wcześniej przyjętego założenia, że wypowiedzi mają charakter komiczny. Przeanalizowano zatem formy, w których ów komizm występuje, a także

wykorzystane do jego powstania środki językowe, w tym środki retoryczne. Na koniec dokonano próby odpowiedzi na pytanie, jaką funkcję, poza ludyczną, zabawową pełnią badane Insta Reels i prezentowane na nich nagrania.

Słowa kluczowe: komizm; dowcip; społeczeństwo wirtualne; pies; Instagram